





COMMERCE SUMMIT

POST EVENT REPORT 2022

 2022年 6月14日ー16日
 ザ・プリンス 京都宝ヶ池

作成日 2022年6月28日

COMEXPOSIUM
JAPAN



開催概要

名称：Commerce Summit 2021

日時：2022年6月14日（火）-16日（木）

会場：ザ・プリンス 京都宝ヶ池

主催：コムエクスポジウム・ジャパン株式会社

About Commerce Summit

▶コマースサミットとは小売・流通、通販、そしてそれらを支援する企業のリーダーたちが業界を超えて集い、日本の商業の活性化と継続的な成長に向けて議論し、手法を見つけ、共創する場です。

▶長期的かつ経営的見地からテーマを設定し、プログラムを企画。前回のテーマを振り返りつつ、ここをきっかけに生まれた共創施策の結果報告など、継続して業界の流れや変化の推移を追うことができます。

▶単なるツールの紹介、トレンドワードの後追いセミナーではなく、業界全体を俯瞰し成長するためのビジョンを描くのに役立ちます。

Highlight from Commerce Summit 2022



“Accelerate Together”

2022年のコマースサミットは京都での開催となり、宿泊を伴う遠方のリアルイベントへの参加は久しぶりという方も多かったようです。

この2～3年で目まぐるしく変化を遂げているコマース・リテール領域、2022年のテーマは「Accelerate Together」として開催され、コロナ禍をおおよそ抜け、消費者の購買行動も多様に進化している状況に対して、業界のトレンドはもちろん、各社が何を考えどう取り組んでいるのか、自社だけでなく、他社と手を携えてどうアプローチすべきかが、語られました。

また、実際に消費行動を起こす「生活者」が、どのような購買体験を求めているのかを、具体例と共に紹介するプレゼンテーションも多く、本当の意味での生活者目線のプレゼンテーションが多く展開されました。

リテール・コマース領域を取り巻く、データ活用、CRM、決済サービスなどの環境変化、トレンド変化を軸にした内容が多く、それぞれの企業が持つ得意分野で、リテール・コマース領域の事業をより良くしたい意志が強く感じられ、Seller、Sponsor関係なく参加者がみな同じ方向を向いていることがこれまで以上に実感できるサミットとなりました。

Pick Up from Official Session

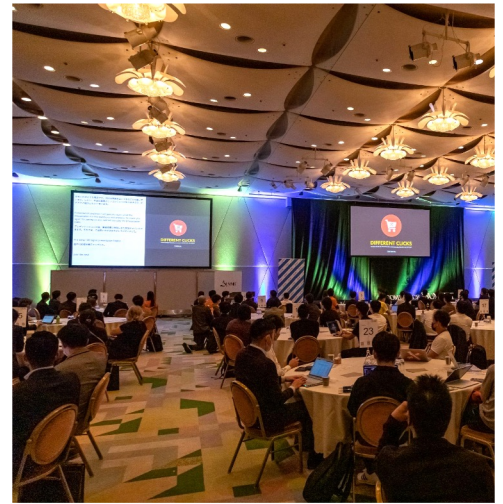
1

Different Clicks

アジア太平洋地域とその周辺におけるオンラインでの消費者行動を理解する

★ Speaker: Simon Kemp氏 Founder & CEO, Kepios

1つ目のKeynoteはKepiosのSimon氏による講演を実施しました。APACを中心にグローバルデータを具体的な数字や時系列を踏まえて観察し、そのデータと比較した日本のトレンド推移について解説しました。トピックスは購買場所や決済方法、オンラインで購入されやすい商材や仮想通貨など多岐にわたりました。参加者にとっては、グローバルな視座から日本のコマースに関する各データを見ることで、新たな発見があるセッションとなりました。さらに、Q&Aでも質問者全員が英語で質問を投げかけるなど、世界の動きへの関心が高まっていることを感じさせました。



Pick Up from Official Session

2

EC、直営店に量販店、すべてのチャンネルで売上を伸ばすための仕組みと実践

★ Speaker: 猿渡 歩氏 | Interviewer: 川添 隆氏

2つ目のKeynoteでは、アンカー・ジャパンの猿渡氏を迎えインタビューセッションを実施しました。短時間で売上300億円超を達成した同社が、どのような目線でマーケティングに向き合っているかについて、戦略フェーズごとに解説しました。その全てにおいて一貫していたのは徹底した「顧客目線」。大切なのはメーカーが何を買ってほしいかではなく、顧客が欲しいものを見極めて適切に届けること、そのためにどのようなアクションを起こすか、実際の経験を交えて語りました。EC、直販店、量販店といった同社のチャンネル戦略が注目されがちなか、それにとどまらず、マーケティング活動を網羅的に解説したことで、自社の課題と照らし合わせながら考えを巡らせる機会となるセッションでした。



3

ミシュランシェフが考えたおいしい体験をつたえるECとは？

★ Speaker: 鳥羽 周作氏 | 嶋 浩一郎氏

3つめのKeynoteでは、多方面で活躍するミシュランシェフである鳥羽周作氏に、博報堂の嶋氏がインタビューを行いました。鳥羽氏はオーナーシェフを務めるレストラン「sio」の評判はもちろん、オリジナルのエプロンや食品をD2Cで販売することでも知られ、そのマーケティング発想の源や、「シェフ」の新しい在り方について語りました。なかでも「顧客体験をより面白く、楽しくするための工夫を生み出す“思考”はコストがかからない、だからこそ、そこに最大限のパワーを費やす」という発言が印象的でした。参加者からも「普段、どれだけ思考に時間とパワーを費やしているかを考え直すきっかけになった」という感想が多くみられました。ストーリーや文脈を伝えて、商品を手にするお客様の幸せを最大化するために何ができるのかについて考えるきっかけを与えてくれるKeynoteとなりました。



DAY 1 Highlight

200名を超える参加者が一同に介した2022年のコマースサミット。久々のリアルイベントに参加ということで、開会前から積極的にコミュニケーションをとっていました。また、半数以上がサミット初参加と、新鮮な顔ぶれとなりました。

PRESENTATION

初日に行われたプレゼンテーションでは、メディア・SNSを中心としたプレゼンテーションの他、マーケットプレイスの活用の仕方について解説するプレゼンテーションなどが展開されました。いずれも自社サービスの紹介だけでなく、サービスを取り巻く環境など業界を俯瞰しつつもトレンドの変化について解説するなど、学びと発見の多い内容ばかりでした。



ROUND TABLE DISCUSSION

1日目最後のプログラムはラウンドテーブルディスカッションを日本オムニチャンネル協会の協力のもと開催しました。前回のコマースサミットでは「DX人材の育成」をテーマに開催されましたが、今年は「DX推進のための巻き込み力」がテーマとなり、個から組織に軸を移した議論となりました。昨年から続けての参加者はもちろんのこと、今年初めて参加する参加者にとっても重要な課題であろうDX推進に対して、どう組織を作り上げるか、そしてその渦の中心となる強い巻き込み力をどうデザインするか、現業の状況も照らし合わせながらのディスカッションは白熱していました。特に、同業者はもちろんのこと、立場が変わると物事をみる目線が変わるため、新鮮な気づきを得られた、という声も多く集まりました。



NETWORKING DINNER

初日の夜は、JTがパーティースポンサーを務める形で開催され、乾杯の音頭に加え、同社の主力商品であるploom Xのギフトが希望参加者に贈られました。また、京都で酒蔵を営む佐々木酒造にも協力いただき、地酒を楽しんだり、食事を楽しんだりと久しぶりの対面、かつ遠方の地でのネットワーキング機会を積極的に活かしている方が多くいました。



DAY 2 Highlight

SELLER CASE STUDY

2日目は、セラーケーススタディとして3会場に分かれ、前後編の合計6セッションを実施しました。D2C、メタバースなど、DXの推進など、参加者の関心事項を反映させたテーマについて取り組み事例を語りました。初日のセッションで出てきた「失敗体験を共有しよう」という言葉を反映するような場面もあり、クローズドなイベントのだけいご味を感じられる時間となりました。

PRESENTATION

その後は、1日目同様に、多くのプレゼンテーションが行われました。カスタマーエンゲージメントや、データ活用を軸にした内容が目立ちました。ラップアップセッションの際に登壇者が語った「とにかく情報が盛りだくさんで、内容の整理に時間がかかるほど充実していた」という言葉が、まさにこの2日間を表していました。クローズドかつリアルな場だからこそ話せる内容がたくさんあること、リテール・コマース領域を勝ち抜くためには、自社だけでなく外部との協力が欠かせないことなど、業界の最先端を一挙にキャッチアップできる場となりました。

ONE TO ONE

その後のOne to Oneでも、常に活発な会話が各テーブルで行われていました。特に、スポンサープレゼンテーションの内容に興味を持ったセラー参加者が、プレゼン終了後にその場でOne to Oneの申請をするという様子も多く見られるなど、リテール・コマース領域で共に成長するためのパートナーを探す、という姿勢が高まっていることが分かるサミットとなりました。



Program

DAY 1 Afternoon

★ Speaker

● Interviewer /
Presenter

13:30 受付開始

14:00 Opening Remark

14:05 Keynote

Different Clicks - アジア太平洋地域とその周辺におけるオンラインでの消費行動を理解する -

★ Simon Kemp
Founder & CEO, Kepios
Chief Analyst, DataReportal

14:45 Premium Presentation

マーケターは革新技术の夢を見るか？

★ 山崎 徳之
ZETA株式会社
代表取締役社長

15:15 Break

15:30 20mins Presentation

「すべてのお買い物をサブスク化する。」
日本のECに構造革命を起こすSmartpayの今。

★ 大坪 直哉
株式会社Smartpay
カントリーマネージャー

マガシークが取り組む、
現場自走型改善組織とは

★ 岡野 宏輝
Repro 株式会社
Solution Sales Division, Solution
Sales Team, Team Manager

★ 小手川 大介
マガシーク株式会社
コンシューマサイト事業本部
本部長

OTT広告のポテンシャルとコンバージョン
指標での活用について

★ 松岡 竜也
株式会社AJA
セールスマネージャー兼
プロダクトマネージャー

16:30 Break

Program

DAY 1 Evening

★ Speaker

● Interviewer /
Presenter

16:50

10mins Presentation

欲しい商品との偶発的な出会いを生み出そう

★ 吉澤 和之
awoo Japan株式会社
執行役員 日本事業開発責任者

Amazon広告自動化ツール「Perpetua」、
お客様からの評価は！？実際どうなの？

★ 入江 眞子
パーペチュアジャパン
セールスリード

テレビCMの活用方法最前線

★ 遠藤 有亮
株式会社テレシー
アカウントプランニング本部・部長

コンテンツで売上を作る！選ばれるブランド
であるためのストーリーコマース

★ 成井 五久美
株式会社スマートメディア
代表取締役

求められるビジュアルの多様化とECサイトの
デジタル接客力の向上

★ 井上 純
株式会社visumo
取締役

17:40

Break

17:55

Round Table Discussion

DX推進に必須の「巻き込み力」の鍛え方と
実践を考える

★ 鈴木 康弘
日本オムニチャンネル協会
会長

★ 林 雅也
日本オムニチャンネル協会
専務理事

★ 逸見 光次郎
日本オムニチャンネル協会
理事

18:55

Networking Dinner

● 日本たばこ産業株式会社

20:25

Finish

Program

DAY 2 Morning

★ Speaker

● Interviewer /
Presenter

7:40

受付開始

8:00

Breakfast

「使い勝手のいいサイト」はもう古い。
5万回のA/Bテストで見た、周回遅れを
取り戻す「先回りするECサイト」とは？

★ 深田 浩嗣
株式会社Sprocket
代表取締役

8:30

Special Presentation

レビューとタグによるビッグデータ2.0

★ 山崎 徳之
ZETA株式会社
代表取締役社長

8:45

Keynote

EC、直営店に量販店、すべてのチャネルで
売上を伸ばすための仕組みと実践

★ 猿渡 歩
アンカー・ジャパン株式会社
代表取締役CEO

● 川添 隆
Eコマース先生
株式会社ビジョナリーホールディン
グス(メガネスーパー) 取締役

9:25

Break

9:40

20mins Presentation

成果を出すための1st Party Customer Data活用
と、体験価値向上

★ 東原 希典
株式会社ブレイド
Customer Experience Designer

アプリを活用したCRMにおけるニーズの変化

★ 西本 慎太郎
エンバーポイント株式会社
執行役員、アプリ事業部 事業部長

10:20

10mins Presentation

Shopifyで実現する、Future of Commerce

★ 伊田 聡輔
Shopify Japan 株式会社
シニアセールスリード

持続的なLTV・CVR向上を目指すために必要
な「ECにおける決済UX」とは。
後払い大手が解説

★ 秋山 瞬
株式会社ネットプロテクションズ
ビジネスディベロップメントグループ
・執行役員

Program

DAY 2 Daytime

★ Speaker

● Interviewer /
Presenter

10:20

10mins Presentation (cont.)

事業成果を確実に上げる「デジタルxマス」の全体最適化

★ 古川 琢也
株式会社サイカ
ADVA事業部 IMS部部长 兼
IES部部长

DX時代のEC接客、鍵は「検索」にあり！AI活用した「人には成しえない」最高の顧客体験とは

★ 北岡 恵子
NTTレゾナント株式会社
シニアコンサルタント

11:00

Seller Case Study

顧客が感じるデジタルの体験価値 ～行動・価値観の変化がスターバックスに何をもたらしたのか？

★ 濱野 努
スターバックスコーヒージャパン株式会社
デジタル戦略本部 本部長

MUJIの第二創業期でデジタルが目指すもの ～無印良品デジタルサービスのこれまでとこれから～

★ 山内 智裕
株式会社良品計画
EC・デジタルサービス部 部長

なぜ三越伊勢丹はメタバースにチャレンジするのか ～取り組みから見える可能性と課題

★ 堀 寿美世
株式会社三越伊勢丹
営業本部オンラインストアグループ
デジタル事業運営部 マネージャー

遠回りこそ近道 ～DtoCにおけるブランドストーリーの伝え方

★ 尾澤 恭子
コアラスリープジャパン株式会社
マーケティングディレクター、コマーシャル

ネットxエキナカによるOMOの新しい形

★ 佐藤 太
株式会社千趣会 ベルメゾン事業
本部 取締役副本部長

企業規模・予算に左右されないDX推進の本質

★ 宮野 淳子
株式会社オールハーツ・カンパニー

★ 佐々木 健人
株式会社オールハーツ・カンパニー
マーケティング本部 事業サポート部

12:05

Networking Lunch

13:15

Keynote

ミシュランシェフが考えたおいしい体験をつたえるECとは？

★ 鳥羽 周作
レストラン「sio」オーナーシェフ

● 嶋 浩一郎
株式会社博報堂 執行役員
株式会社博報堂ケトル 取締役・ク
リエティブディレクター

Program

DAY 2 Afternoon & Evening

★ Speaker

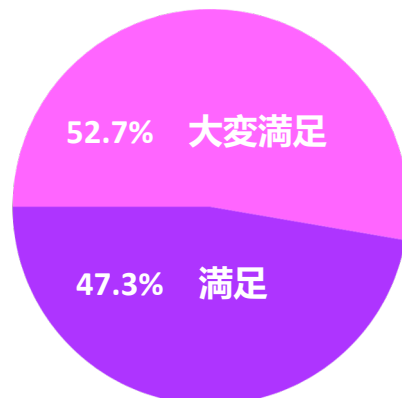
● Interviewer /
Presenter

13:55	10mins Presentation		
	ポストパーチェスの瞬間を最大限に活用するマーケティングソリューション	★ 山中 理恵 Rokt合同会社 ゼネラルマネージャー	
	企業の安定した収益基盤をつくるブランドコミュニティとは？	★ 遠藤 卓 株式会社Asobica セールス部部长	
	「顧客観点経営」を叶えるための顧客データの活用施策について	★ 丸野 健太郎 株式会社NTTマーケティングア ウトProCX CXソリューション部 ・シニアプロデューサー	
14:25	Break		
14:45	10mins Presentation		
	オンラインビジネスにおけるコンバージョンの最大化と不正取引防止の両立	★ 野口 雄作 フォーター シニアアカウントエグゼクティブ	
	カスタマーエンゲージメントに革新をもたらすメッセージング	★ 赤根 大助 ライブパーソンジャパン株式会社 シニアソリューションズコンサル タント/プリセールス	
	後払い決済市場の動向とGMO後払いの展開について	★ 甲斐田 明志 GMOペイメントサービス株式会社 課長	
15:15	5mins Presentation		
	● 一般社団法人フローズン エコノミー協会	★ 山口 翔 株式会社パンフォーユー 取締役	★ 丸山 晃司 株式会社丸山製麺 取締役
15:20	Wrap Up Session		
15:45	Break		
16:10	One to One Meeting 1		
17:25	Break		
17:45	One to One Meeting 2		
19:00	Closing Party		
20:30	Finish		

Attendee's Voice

本イベントの総合的な満足度

93件の回答より



参加者の声

社内で業務を行い、ウェブニュース等を見ることでは得られない情報が得られました。特に各社の先進的な事例を聞くことができ、当社でも取り入れる視点が多いと感じました。

日頃なかなか出会う機会のない企業とコネクションができ、改めて自社がこれまで行ってきた施策が正しい方向を向いているのか、改善するポイントがどこにあるのかを客観視でき明確にすることができました。

短期間で一気に情報収集ができ、サービス導入を検討したい複数の企業と話げことができました。参加によって新たな人脈が広がりました。

各セッション登壇者の報告内容の質が高かった。さらにプレゼンテーション能力も高く、分かり易く業界全体の潮流をおさえられ、各社の得意分野、課題解決策が良く理解できた。

地方本社のSellerなので、Sponsorの情報はこちらがwebで検索して見つけるしかありませんでした。なので、今回のように直接プレゼンを聞き、提案をうけることができ、新たな発見もありとても貴重な場でした。

グループワーク、One to One Meeting、ネットワーキングなど、入力し続ける機会だけではなく、しっかり出力できる機会もあり、とても有意義でした。

初参加の方も多く、非常に新鮮な情報交換の場となりました。

セッションの質が高く、参加者もみな意欲的で、SellerもSponsorも建設的な会話ことができました。また会場であるホテルは食事や部屋の面なども快適で、仕事にも支障ありませんでした。

Attending Company

企業名 (50音順)

SELLERS

DCM	ファンケル
DCM Holdings	フィード
FOOD & LIFE COMPANIES	フェリシモ
Francfranc	ブレインスリープ
LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton Japan	ベネッセコーポレーション
QVCジャパン/ QVC Japan	ベルーナ
SHIBUYA109エンタテイメント	マガシーク
アーバンリサーチ	マンズワイン
アンカー・ジャパン	ミレー・マウンテン・グループ・ジャパン
イズミ	メルヴィータジャポン
インキューブ西鉄	モルトンブラウンジャパン
エース	ヤマトインターナショナル
エイチ・ツー・オー リテイリング	ユナイテッドアローズ
エキップ	ライオン
エムジーファーマ	ルイ・ヴィトンジャパン
オールハーツ・カンパニー	ロート製薬
オールハーツカンパニー	ロクシタンジャポン
カルビー	伊藤久右衛門
キッコーマン	大阪ガスマーケティング
コアラスリーブジャパン	大塚製薬
ゴルフダイジェスト・オンライン	花王
サントリーマーケティング&コマース	亀田製菓
スターバックスコーヒージャパン	参天製薬
セブン&アイ・ホールディングス	資生堂ジャパン
ソニーマーケティング	新日本製薬
チュチュアンナ	千趣会
デロンギ・ジャパン	西日本鉄道
ドラフト	日清医療食品
ニッセン	西鉄ストア
ハウス食品	八代目儀兵衛
パナソニック	阪急阪神百貨店
パルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポン	東日本旅客鉄道
ビジョナリーホールディングス(メガネスーパー)	日比谷花壇
ビッグウイング	三越伊勢丹
ビビッドガーデン	良品計画

Attending Company

企業名 (50音順)

SPONSORS & OTHERS

AJA	エヌ・ティ・ティレゾナント
Appier Japan	エンバーポイント
Asobica	オムニチャネルコンサルタント
awoo Japan	カンリー
ecbeing	サイカ
Forter	サイバーエージェント
GMOペイメントサービス	シナブル
IBAカンパニー	スマートメディア
IRIS	ソートスポット
Loop Now Technologies	テテマーチ
Near Pte. Ltd.	テレシー
NTTマーケティングアクトProCX	ネットプロテクションズ
Repro	パーペチュア
Rokt	ピーシーフェーズ
RTB house Japan	フリークアウト
Shopify Japan	プリズマティクス
sio / シズる	プレイド
Smartpay	ブレインパッド
Sprocket	ライスカレー
Virtusize	ライブパーソン・ジャパン
visumo	リテールAI研究会
ZETA	博報堂
あんどぷらす	日本オムニチャネル協会
イーライフ	日本たばこ産業/M&Sフォアフロント
ヴィンクス	

Our Sponsors

PREMIUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



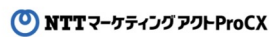
AJA



Repro



SPONSORS



PARTNERS



公益社団法人日本通信販売協会



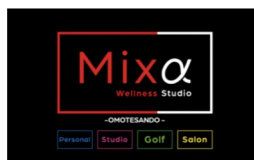
日本オムニチャネル協会
JAPAN OMNI CHANNEL ASSOCIATION



SUPPORTERS



ALL HEARTS COMPANY
EST. 2002



左々木酒造株式会社



Commerce Summit 事務局

Comexposium Japan株式会社

東京都港区六本木6-15-1

六本木ヒルズけやき坂テラス6F

team@comexposium-jp.com